

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Barbershop merupakan bisnis yang sedang meroket. Fenomena menjamurnya *barbershop* seolah tak terbendung. Tak hanya di kota-kota besar, di daerah-daerah kecil di beberapa Provinsi bermunculan gerai-gerai tempat cukur rambut yang bergaya unik dan keren. Lokasinya pun tersebar dari yang di dalam mall hingga yang memiliki gerai khusus sendiri. *Barbershop* muncul menjadi sebuah tren dalam bidang gaya rambut pria dan juga sebagai bisnis.

Risang *Family Barbershop* merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang jasa potong rambut atau pangkas rambut, yang berdiri pada tanggal 5 Maret 2020, yang didirikan oleh Suwito, yang bertempat di Jl. Ronggowarsito RT01/RW01, Poloharjo, Sobayan, Pedan, Klaten.

Pangkas rambut merupakan salah satu jenis usaha yang masuk ke dalam kategori usaha yang bergerak dalam bidang jasa, yang mana didalamnya menyediakan jasa potong rambut. Tampil rapi dan menarik tidak lagi hanya kebutuhan wanita. Kini, para pria juga ingin selalu tampil menarik dan rapi dalam setiap kegiatan sehari-hari. Banyak hal yang pria perhatikan terkait penampilannya, salah satunya adalah gaya rambut. Hal ini membuat kebutuhan jasa pangkas rambut terus meningkat. Alhasil usaha pangkas rambut semakin menjamur.

Pada era sekarang ini, pangkas rambut tidak lagi menjadi pilihan satu-satunya. Banyak yang beralih dari jasa pangkas rambut biasa atau pangkas rambut madura ke *barbershop*. Dalam hal ini, nama pangkas rambut dan *barbershop* sejatinya sama, namun dalam hal konsep sangatlah berbeda. Pangkas rambut biasa hanya menyediakan jasa potong rambut, dan juga memiliki ruangan yang biasa-biasa saja. Sedangkan *barbershop* memiliki banyak kelebihan yaitu, layanan pijat kepala, vitamin rambut, keramas, hair

styling pomade, air mineral, memiliki ruang tunggu yang lebih nyaman, dan juga ruangan dengan *full AC*.

Risang *Family Barbershop* selalu melakukan banyak cara untuk mendapatkan perhatian dari masyarakat maupun mempertahankan pelanggannya. Salah satunya adalah mengadakan promo “DATANG BER-3 BAYAR 2”, dan juga tetap membina hubungan yang baik dengan setiap pelanggan. Dengan begitu pelanggan diajak untuk membangun suatu hubungan yang lebih dekat dengan menciptakan komunikasi dua arah antara karyawan dan pelanggan, sehingga dapat menimbulkan kepercayaan dan kepuasan.

Akan tetapi kritik dan saran terkadang diberikan kepada Risang *Family Barbershop* oleh pelanggan yang tidak puas dengan hasil potongan rambutnya. Dalam memberikan pelayanan, perusahaan harus dapat menciptakan pengalaman pelanggan yang baik, karena pengalaman yang buruk mengenai pelayanan yang diberikan akan menyebabkan beralihnya pelanggan ke pesaing.

Seiring perkembangan zaman dan meningkatnya taraf hidup masyarakat, maka gaya hidup masyarakat pun akan semakin berkembang. Hal ini membuat masyarakat semakin peduli dengan penampilan dan berlomba-lomba memperbaiki penampilan mereka dari segi penampilan maupun gaya rambut yang mengikuti tren. Umumnya, hanya kaum perempuan yang dikenal suka mengganti gaya rambut, namun sekarang kaum laki-laki pun juga peduli dengan gaya rambut.

Citra perusahaan jasa terbukti memperkuat keputusan pelanggan (Fianto, et al, 2014). Dalam pembentukan citra, perusahaan dapat mempertimbangkan faktor seperti kualitas hasil jasa dan komunikasi pemasaran. Dalam industri *barbershop*, kualitas hasil jasa dapat dilihat dan dirasakan dari *haircut quality* (kualitas potongan rambut). Sedangkan untuk komunikasi pemasaran bagi perusahaan kecil dan menengah dapat memanfaatkan media sosial.

Dalam industri *barbershop*, pelanggan menilai kualitas dari hasil yang didapatkan ketika menggunakan jasa berupa hasil potongan rambut (*haircut quality*). *Haircut quality* merupakan kualitas teknikal suatu jasa. menurut

Zeithaml, et al. (2013) terdapat tiga jenis hasil jasa (*service outcome*) yaitu kualitas teknikal, interaksi, kualitas fisik. Dimana kualitas teknikal merupakan suatu hasil yang dapat dirasakan manfaatnya setelah penggunaan jasa.

Suatu keharusan *barbershop* untuk memiliki ahli potong rambut (*barberman*) yang berkemampuan, sehingga dapat mengetahui model-model rambut terkini. Selain itu, *barberman* juga harus memiliki pengetahuan mengenai tipe rambut, kesehatan rambut, dan cara perawatan rambut yang benar, sehingga dapat memberikan saran perawatan dan model rambut yang tepat (Brown, & Beale, 2008).

Haircut quality yang baik dapat mengeliminasi atribut-atribut lain untuk pelanggan yang mengutamakan kualitas. Sehingga meskipun jasa yang ditawarkan relatif lebih mahal dari pesaing, pelanggan akan tetap menggunakan jasa tersebut. Pelanggan yang senang dan puas dengan hasil potongan rambut yang didapatkan sesuai dengan harapannya, akan memutuskan untuk menggunakan jasa kembali dikemudian hari (Brown, & Beale, 2008).

Adanya kepuasan dari konsumen menyebabkan *barbershop* ataupun pangkas rambut konvensional sebagai pesaing harus berusaha keras dalam memenangkan persaingan dalam pelayanan jasa pangkas rambut, begitu pula dengan *Risang Family Barbershop* juga berupaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting bagi keberadaan, kelangsungan, perkembangan perusahaan. Saat ini banyak perusahaan yang semakin memahami arti penting dari kepuasan konsumen dan menjalankan strategi guna memberikan kepuasan bagi konsumen atau pelanggannya.

Risang Family Barbershop belum lama didirikan oleh pemiliknya, jadi belum banyak yang tau mengenai *Risang Family Barbershop*. Penulis akan membantu memperkenalkan jasa yang diberikan oleh *Risang Family Barbershop* dengan video iklan sebagai media untuk mempromosikan. Saat ini informasi mudah menyebar melalui media sosial maupun mulut ke mulut.

Berdasarkan dari permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul **PERANCANGAN DAN PEMBUATAN IKLAN RISANG *FAMILY BARBERSHOP* PEDAN KLATEN JAWA TENGAH**

1.2 Perumusan Masalah

Bagaimana membuat video iklan sebagai media informasi kepada masyarakat luas terkait keberadaan Risang Family Barbershop?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Risang *Family Barbershop*.
2. Menganalisa pelanggan dapat mengetahui Risang *Family Barbershop*.
3. Untuk mengetahui pengaruh iklan terhadap Risang *Family Barbershop*.
4. Untuk membantu mempromosikan dan memperkenalkan Risang *Family Barbershop* kepada masyarakat.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat mengenai Risang *Family Barbershop*.
2. Dapat membantu memperkenalkan Risang *Family Barbershop*.